

Mesure d'audience et de succès d'une stratégie de référencement

Sommaire

- Présentation Equaero
- Les bases
- Mesurer le Référencement Naturel
- Mesurer les Liens Sponsorisés
- Mesurer les impacts croisés entre Référencement Naturel & Liens Sponsorisés

Présentation Equaero

- Fondée en 2004 par Jean-Dominique Brivet, ancien directeur conseil Europe Netbooster, et directeur technique chez Nomade.fr
- Agence conseil spécialisée en search marketing (liens sponsorisés, référencement naturel, trusted feed, campagnes shopbots)
- Agence composée de 7 personnes, possédant 30 ans d'expériences web cumulées (direction technique, régies, agences)
- 26 clients, dont certaines références : (en janvier 2008)
 - Eurostar
 - Yves Rocher
 - Manutan
 - EasyVoyages
 - Office de Tourisme de Paris
 - Fastbooking
 - Telecom Italia
 - Mobiljob / Logic Immo (Groupe Spir Multimédia)

Les bases de la mesure

- Avant toute chose , se fixer des objectifs !!!
- Quels sont les buts à atteindre ?
 - Trafic ?
 - Notoriété ?
 - Développement de contacts, CA ?
- Assigner une valeur à chacun de ses buts
- Et enfin seulement, mettre en place les outils pour mesurer les objectifs

Mesurer le référencement naturel

- **3 niveaux de mesure**
- Les positions obtenues
- Le trafic généré
- Le Retour sur Investissement

Mesurer le référencement naturel : Les positions obtenues

- Permet de mesurer plutôt la notoriété obtenue
- Permet de juger le niveau global de la réussite ou pas de son référencement par rapport aux mots clefs choisis.
- Attention ! Ne permet pas forcément d'avoir une vision claire de l'impact réel sur le site (les positions obtenues peuvent être sur des mots clefs peu tapés !).
- **NB** : Sur les mots clefs les plus importants, il est conseillé de regarder sur les positions sur plusieurs data center de Google pour être sûr de celles-ci.

Mesurer le Référencement Naturel : le trafic

- Deux mesures :
 - Le volume de trafic généré
 - La hausse du trafic en provenance des moteurs par rapport au début de la campagne
- Mesurer les différents moteurs mais aussi la provenance des visites (quel pays notamment).
- Mesurer le trafic mot clef par mot clef permet à la fois de se concentrer sur certains mots clefs pour l'optimisation de son référencement mais aussi de « découvrir » de nouveaux mots clefs.
- Ne pas négliger la mesure des sources annexes comme Google Image qui peuvent avoir un fort potentiel.

Mesurer le référencement naturel : le ROI

- Plusieurs types de ROI en fonction des sites :
 - Nombre de pages vues suite à une visite en provenance d'un moteur
 - Nombre de demandes d'informations
 - Chiffres d'affaires
- Le ROI du référencement se mesure sur la durée (minimum six mois).
- Toujours surveiller le taux de transformation pour affiner ses axes de travail.
- Si on mesure le ROI, toujours avoir en tête la position.
- Dans l'idéal, mesurer les trois indicateurs dans une seule interface pour pouvoir prendre les bonnes décisions.

Mesurer Les Liens Sponsorisés

- Les outils mettent à disposition des interfaces permettant de suivre, notamment :
 - Visites, dépenses, ventes, taux de clic, coût par clic
- Ces informations sont détaillées mais :
 - Il est vivement conseiller de mettre en place une interface tiers pour analyser correctement ses campagnes
- A partir de là, il faut impérativement suivre la conversion :
 - Des tendances se dégagent obligatoirement
 - Etudier la quantité mais sur la qualité du trafic

Mesurer Les Liens Sponsorisés : Indicateurs de base

- Le taux de clic (CTR) : permet d'analyser la pertinence des mots clefs choisis.
- Positions, enchères et CPC : obtenir le meilleur ratio entre position et enchère pour générer le meilleur taux de clic.
- Le taux de conversion : quels sont les mots clefs qui transforment le mieux.
- Le ratio de rentabilité ou ROI : permet de déterminer comment optimiser.

Mesurer Les Liens Sponsorisés : Indicateurs Avancés

- Temps de Conversion :
- Le ROI par jour de la semaine / ou heure de la journée
- Extended Keywords : Mesurer la rentabilité des mots réellement tapés derrière le mot clef acheté.
- Rentabilité par réseau : permet de déterminer si on ne doit apparaître que sur le support ou ses partenaires.
- Le double mot clef : mesurer si l'internaute est arrivé sur mon site uniquement par un mot clef ou plusieurs !

Contact

Equaero

**33, galerie Véro Dodat
75001 Paris**

Tél : +33 (0) 1 44 76 08 70

Fax : +33 (0) 1 44 76 08 40

jdbrivet@equaero.com

www.equaero.com